

**Beroeps- en Opleidingsprofiel
Oriëntaalse Talen & Communicatie
2018-2022**

© Zuyd Hogeschool
Faculteit International Business and Communication
Oriëntaalse Talen en Communicatie
Contactpersoon: Jeanette Oostijen, faculteitsdirecteur
Maastricht, 8 december 2017

Inhoud

Hoofdstuk 1: Inleiding	4
Hoofdstuk 2: Positionering	6
2.1 De verbinding tussen operationele communicatie en oriëntaalse talen	7
2.2 De verbinding tussen cultuur & maatschappij en strategische communicatie	8
2.3 Wat betekent dit voor onze onderwijsaanpak?	8
2.4 Hoe vertaalt dit zich in OTC-kerncompetenties?	9
Hoofdstuk 3: Beroepscontext	11
3.1 Communicatie	12
3.2 Interculturele competenties	12
3.3 Relaties met China, Japan en de Arabische wereld, internationaal en in de regio	13
3.4 Taalbeheersing	13
3.5 Een onderzoekende houding en evidence-based handelen	14
3.6 Functies	14
Hoofdstuk 4: Kerncompetenties	15
4.1 Oriëntaalse taal	15
4.2 Operationele communicatie	16
4.3 Cultuur & Maatschappij	17
4.4 Strategische communicatie	18
4.5 Engels & Nederlands	19
4.6 Onderzoek & advies	20
Hoofdstuk 5: HBO-kwaliteitsnormen	21
5.1 Relatie tussen OTC-profiel en de sector Hoger Economische Opleidingen (HEO)	21
5.2 Relatie tussen het OTC-profiel en de HBO-Bachelorniveau Dublindescriptoren	24
Hoofdstuk 6: Toetsing	26
6.1 Centrale toetsvormen	26
6.2 Aandachtspunten in toetsontwerp	27
Hoofdstuk 7: Didactiek	28
7.1 Praktijkgerichte leeromgeving	28
7.2 Verbinding onderzoek met onderwijs	29
7.3 Leren in communities	30
Hoofdstuk 8: Curriculum	31
8.1 Studeerbaarheid en samenhang	31
8.2 Beknopt overzicht Jaar 1 – Jaar 4	31
Referenties	36

Hoofdstuk 1: Inleiding

Dit document bevat een geactualiseerde versie van het Beroeps- en Opleidingsprofiel (BOP) van de opleiding Oriëntaalse Talen en Communicatie (OTC), onderdeel van de faculteit International Business & Communication van Zuyd Hogeschool. De opleiding bestaat sinds 1995 en is een unieke opleiding in Nederland waarin studenten opgeleid worden tot internationale en interculturele communicatieprofessionals met een specialisatie in de Chinese, Japanse of Arabische taal en bijhorende cultuur.

In de eerste fase van het bestaan van de opleiding lag de focus van de opleiding op de Chinese, Arabische of Japanse taal en cultuur en op zakelijke communicatie. In de afgelopen jaren zijn er diverse grondige wijzigingen in het curriculum aangebracht, ingegeven door maatschappelijke en economische ontwikkelingen, onderwijskundige ontwikkelingen, een veranderd hogeschoolbeleid en veranderende landelijke onderwijskaders. Er kwam onder andere meer aandacht voor professioneel Engels taalgebruik, praktijkgericht onderzoek werd sterker ingebed in het onderwijs en het afstuderen en er werden drie afstudeerprofielen ingericht.

Na de accreditatie van 2015-2016 is de opleiding in een nieuwe fase beland. Op basis van verschillende sessies met het werkveld, input van studenten en alumni en interne onderzoeken naar de opzet van het curriculum is vastgesteld dat een herpositionering van de opleiding noodzakelijk was. Het bestaande curriculum miste door een sterk gedifferentieerde opbouw (drie talen en drie afstudeerprofielen) de nodige samenhang voor studenten, wat tot een diffuus beeld leidde bij de arbeidsmarkt en de aankomende studenten. Op basis van een hernieuwde visie en positionering is met alle betrokkenen partijen besloten om de opleiding vanaf 2017-2018 grondig te herontwikkelen naar een communicatieopleiding waarin studenten worden opgeleid tot communicatieprofessionals die hun kennis van de vreemde taal en de cultuur actief kunnen inzetten in verschillende internationale en interculturele communicatiecontexten. De focus in deze nieuwe visie ligt veel meer op een integrale praktijktoepassing van relevante vaardigheden in internationaal georiënteerde organisaties. Waar de eerdere differentiatie in de opleiding zorgde voor een versnipperd beeld van de combinatie van vaardigheden die studenten beheersen, heeft de nieuwe opleiding een duidelijk afgebakende focus en richt de nieuwe didactische opzet zich op concrete praktijktoepassingen met realistische casussen waarin studenten meteen ondervinden in welke professionele omgeving ze hun vaardigheden geïntegreerd kunnen inzetten.

De nieuwe visie is ingegeven door een behoefte vanuit het werkveld, op basis van sessies met partners en onderzoek naar onze alumni. Het startpunt was een strategische sessie met het werkveld en alumni in september 2016, ingericht om een eerste blauwdruk voor een nieuwe koers voor de opleiding te bespreken. Hieruit kwam duidelijk naar voren dat een sterkere focus op de kerntaken in het beroepenveld en een meer expliciete link met communicatie essentieel waren. Enkele belangrijke conclusies die we op basis hiervan getrokken hebben zijn 1) de noodzaak voor een scherpere positionering met een duidelijke en consequente focus op (interculturele) communicatie, 2) meer aandacht voor probleemoplossende vaardigheden, creatief denken, ondernemerschap en intercultureel en interdisciplinair handelen om proactief in te spelen op snelle veranderingen in (internationale) organisaties en 3) meer aandacht voor operationele communicatie (in Nederlands en Engels) en bijhorende digitale vaardigheden, met een nadruk op

digitale flexibiliteit en het belang om snel in een nieuwe digitale communicatieomgeving je weg te kunnen vinden.

We hebben de input van het werkveld gecombineerd met de resultaten van een grootschalig alumni-onderzoek (2016) en deze vertaald in een nieuwe visie op onderwijs. Op basis van die visie werd dit BOP ontwikkeld en kreeg de curriculumcommissie een mandaat om het geheel te vertalen in een nieuw en toekomstbestendig curriculum. In dat ontwikkeltraject werden nieuwe voorstellen voor de blauwdruk van het curriculum, de blokontwikkeling en de inhoudelijke doelstellingen regelmatig voorgelegd aan onze partners in het werkveld en bijgestuurd waar nodig.

De doelstelling is om met die nieuwe curriculum communicatieprofessionals op te leiden die een centrale rol kunnen spelen in internationale of internationaal georiënteerde bedrijven. In een steeds verder globaliserende wereld waarin grenzen vervagen en professionals en organisaties op elk moment rechtstreeks contact kunnen hebben met klanten, partners, medewerkers en internationale afdelingen is er meer dan ooit behoefte aan professionals die dit complexe communicatieproces kunnen begeleiden en sturen (Neuliep, 2017). Onze afgestudeerde OTC'ers kunnen dat en zetten hun kennis van Chinees, Japans of Arabisch en hun inzicht in cultuur en interculturele communicatie in om het communicatieproces af te stemmen op een internationale doelgroep.

De nieuwe visie vereist ook een nieuwe didactische aanpak, een nieuwe visie op toetsing en een nieuw curriculum. De ontwikkeling daarvan is gestart in 2016-2017. De belangrijkste structurele wijzigingen, de centrale onderdelen en de nieuwe didactische aanpak worden al opgezet en geëvalueerd vanaf Jaar 1 in 2017-2018. Vanaf studiejaar 2018-2019 wordt dit nog verder aangescherpt, met name dankzij een sterkere integratie tussen taal- en cultuurcomponenten en de nieuwe ontwikkelde curriculumonderdelen in onze vaardighedenleerlijn. Dit nieuwe curriculum zal dus vanaf 2018-2019 in een definitieve versie worden aangeboden aan inkomende studenten.

In dit document worden de centrale beleidskaders weergegeven die richting geven aan de inhoud en de verdere ontwikkeling van het programma voor 2018-2022. Het is geldig vanaf 1 september 2018. Het document bevat een beschrijving van de nieuwe positionering, profilering en beroepscontext, een beschrijving van de kerncompetenties, de relatie tot de HBO-kwaliteitsnormen, de visie op toetsing en didactiek en een beknopte beschrijving van het nieuwe curriculum. De inhoud van het document is tot stand gekomen in nauwe samenwerking met partners uit het werkveld, alumni, studenten, medewerkers van kwaliteitszorg, onderwijskundige ondersteuners, het lectoraat International Relationship Management en de permanente input van docenten in de examencommissie, toetscommissie en de curriculumcommissie. Het is het eindresultaat van een intensief veranderingstraject dat we begin 2016 als opleiding gestart zijn. Het geeft de nieuwe koers weer voor de toekomst die in onze visie zal leiden tot een structurele verbetering van de samenhang en de inhoudelijke kwaliteit van de opleiding, het afstudeerrendement van onze studenten en hun professionele loopbaanmogelijkheden voor de toekomst.

*Opleiding Oriëntaalse Talen & Communicatie
Faculteit International Business & Communication,
Maastricht, 8 december 2017*

Hoofdstuk 2: Positionering

Waarom oriëntaalse talen én communicatie?

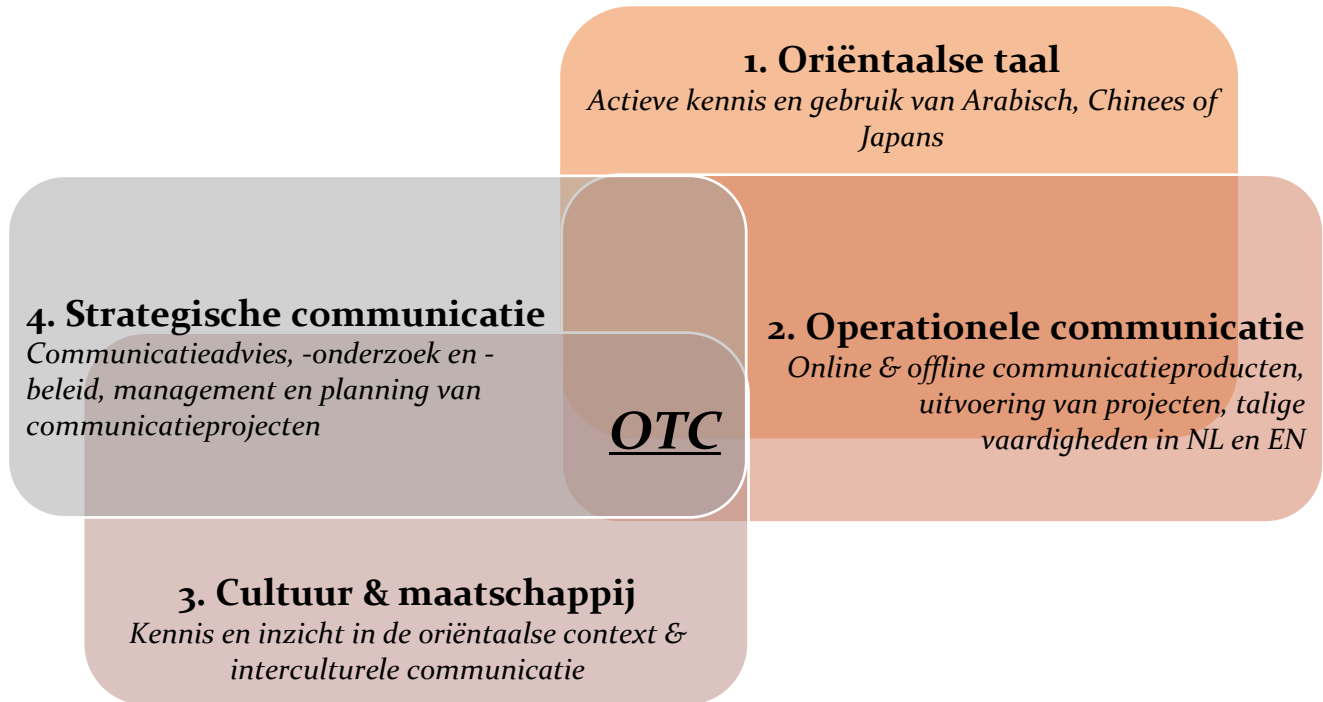
Het vernieuwde beroeps- en opleidingsprofiel (2018-2022) vertrekt vanuit een vastgestelde *definitie* van de opleiding (oktober 2016) die de basis van de curriculumvernieuwing heeft vormgegeven:

*OTC is een **communicatieopleiding** die studenten leert om beheersing van de oriëntaalse taal en kennis van de betreffende cultuur en maatschappij als **instrument** in te zetten om te communiceren in **verschillende contexten** in een zakelijke, sociaal-maatschappelijke en/of bestuurlijke omgeving. OTC-afgestudeerden zijn professionals die **intercultureel en taalvaardig** zijn en relevante kennis hebben over **China, Japan of de Arabische wereld** in relatie tot internationale achtergronden en ontwikkelingen in de betreffende regio. Ze zijn in staat om deze kennis en vaardigheden in te zetten in **strategische en operationele communicatie**.*

OTC is dus een communicatieopleiding, maar wat betekent de combinatie tussen ‘oriëntaals’ en ‘communicatie’ concreet voor onze inhoud, ons onderwijs en de integratie van verschillende onderdelen? Die link is het gemakkelijkste te duiden door een onderscheid te maken tussen vier componenten in onze opleiding:

1. De **oriëntaalse taal**
2. De onderdelen gericht op **operationele communicatie**
3. De kennis van de oriëntaalse **cultuur en maatschappij**, en
4. De onderdelen gericht op **strategische communicatie**.

De sterkste verbindingen leggen we tussen **1&2** en tussen **3&4**, zoals ook visueel voorgesteld in de figuur op de volgende pagina, maar alle componenten zijn inherent met elkaar verbonden en dragen bij aan het geheel. De OTC-student opereert op het raakvlak van die vier componenten en kan zo een unieke bijdrage leveren op de arbeidsmarkt.



Figuur 1. Vier inhoudelijke kerncomponenten in de opleiding

2.1 De verbinding tussen operationele communicatie en oriëntaalse talen

Een groot deel van het curriculum, vooral in de eerste twee studie jaren, richt zich op operationele vormen van (interculturele) communicatie. Denk hierbij aan zakelijke e-mails, beheer van social media, presentaties, persberichten, contact met medewerkers en externe stakeholders, maar ook bijvoorbeeld aan het opzetten van evenementen en bijhorende communicatiecampagnes. Dit zijn **uitvoerende taken** die leiden tot concrete online en offline communicatieproducten. Het zijn de communicatievaardigheden die we met name trainen in het vaardighedengedeelte van ons curriculum, de Skills Line¹. In deze uitvoerende communicatietaken leggen we een verbinding naar de **oriëntaalse taal**: studenten leveren bijvoorbeeld (delen van) communicatieproducten aan in die oriëntaalse taal. Denk aan onderdelen van een presentatie, geschreven stukken tekst, mondeling contact met zakelijke relaties, enz. De complexiteit en omvang van deze onderdelen is in de beginfase van het curriculum nog beperkt, maar groeit structureel door de jaren heen.

Dankzij de combinatie tussen oriëntaalse taal en operationele communicatie onderscheiden onze studenten zich van andere communicatiestudenten. Afgestudeerde OTC'ers kunnen hun communicatieve vaardigheden inzetten in een specifieke internationale context, en kunnen

¹ In de Skills Line (zie verderop in Hoofdstuk 8) richten we ons op communicatieve vaardigheden, Engels, Nederlands, digitale vaardigheden en ondernemerschap. Digitale vaardigheden en ondernemerschap zijn net als SLB ondersteunende elementen die door het curriculum heen structureel aan bod komen, maar hier niet apart worden weergegeven in de inhoudelijke samenvatting van het geheel. We komen hier wel uitgebreider op terug in Hoofdstuk 5, bij de beschrijving van de algemene HBO-kwaliteitsnormen en in Hoofdstuk 8 in de beschrijving van het curriculum.

hiermee specifieke doelgroepen bereiken die relevant zijn voor internationaal opererende bedrijven. De oriëntaalse taal dient dus als een instrument om de communicatieprocessen tussen bedrijf-klant, bedrijf-medewerker en bedrijf-omgeving te faciliteren.

De component cultuur & maatschappij levert ook een bijdrage aan de operationele communicatietaken. Vertrouwdheid met culturele achtergronden, kennis van de bijhorende mindset en het verbale en non-verbale gedrag zijn immers voorwaarden voor correct taalgebruik en effectieve communicatie.

2.2 De verbinding tussen cultuur & maatschappij en strategische communicatie

De belangrijkste bijdrage van de component cultuur & maatschappij zit echter in de relatie met strategische communicatie. Wanneer studenten bijvoorbeeld praktijkgerichte onderzoekstaken uitvoeren, doelgroepen analyseren, communicatiebeleid opzetten voor een bedrijf, marketingstrategieën bedenken en andere beleidsmatige taken uitvoeren, is met name een diepgaande kennis van het land en de cultuur een essentiële meerwaarde voor het internationale werkveld.

Dankzij de combinatie tussen strategische communicatie en kennis over cultuur en maatschappij onderscheiden onze studenten zich van andere communicatiestudenten. Afgestudeerde OTC'ers passen hun kennis over strategische communicatieprocessen en hun kennis van interculturele communicatie samen toe in internationale contexten gerelateerd aan hun oriëntaalse taal. Dat betekent dat ze zowel voor interne als externe communicatie de juiste adviezen kunnen geven die niet alleen rekening houden met de standaard communicatieprocessen, maar ook met culturele verschillen en interculturele gevoeligheden. Daardoor zijn ze met name inzetbaar voor bedrijven die opereren in een internationale context (hetzij intern door de mix van medewerkers, hetzij extern door de mix van partners en landen), en kunnen ze gespecialiseerd advies geven met betrekking tot de Chinese, Arabische of Japanse context.

De oriëntaalse taal levert ook een bijdrage aan de strategische communicatie-onderdelen van ons curriculum. Denk hierbij bijvoorbeeld aan de vaardigheid om als communicatieadviseur rechtstreeks Chinese, Japanse of Arabische bronnen te consulteren over actuele ontwikkelingen en veranderende voorkeuren. Hierdoor kunnen OTC'ers een dieper inzicht verwerven in een probleem of een uitdaging dan een communicatieadviseur zonder deze taalvaardigheden.

2.3 Wat betekent dit voor onze onderwijsaanpak²?

Integratie tussen opleidingsonderdelen wordt in deze opleiding gericht ingezet om de combinaties tussen enerzijds oriëntaalse taal & operationele communicatie en anderzijds tussen cultuur en maatschappij & strategische communicatie zoveel mogelijk te faciliteren. Inhoudelijk zoeken we verbinding tussen deze opleidingsonderdelen, maar enkel wanneer dit een zinvolle bijdrage levert aan het geheel.

Dat betekent concreet dat de communicatiethema's (per blok verschillend) ook terugkeren in de oriëntaalse taalcolleges. De vier thema's in de vier blokken in het eerste jaar zijn: introduction to

² De volledige didactische aanpak wordt uitgebreider beschreven in [Hoofdstuk 7](#).

communication, internal communication, marketing communication en corporate communication. Deze drie laatste thema's komen ook structureel terug als blokthema's in jaren 2 en 3 op een hoger abstractieniveau.

Afhankelijk van het thema is er in de taalcolleges aandacht voor onder meer het schrijven van zakelijke e-mails, gesprekken en online communicatie (social media). Deze taalvaardigheid is nodig voor de integratie van de taal binnen de Skills Line en het uitvoeren van praktijkcasussen, daar waar het oriëntaalse taalniveau dat toelaat. In die oriëntaalse taalcolleges besteden we dan weer minder aandacht aan onderdelen die rechtstreeks te maken hebben met strategische communicatie, zoals interne communicatieprocessen in een bedrijf. Dat gebeurt met name in de Cultuur & Maatschappij-colleges, waarin we aandacht besteden aan de manier waarop interne (samenwerken in een bedrijf, hiërarchie) en externe (omgaan met klanten en doelgroepen) communicatieprocessen aan bod komen in de oriëntaalse context. In deze component wordt ook aandacht besteed aan onderzoeksvaardigheden, en begeleiden we studenten bijvoorbeeld om zelfstandig betrouwbare informatie te verzamelen, te analyseren en te interpreteren uit hun oriëntaalse context.

Het **einddoel** van de combinatie van de vier componenten is om studenten in staat te stellen om zich te onderscheiden op de arbeidsmarkt, waarin zeer veel communicatieprofessionals zich elk jaar aandienen. Afgestudeerde OTC'ers zijn met name inzetbaar in internationale bedrijven en organisaties, waarin cross-culturele communicatieprocessen een belangrijke rol spelen door een combinatie van talen en culturen die er samenkomen. Hierdoor is effectieve communicatie tussen afdelingen, medewerkers en klanten er vaak minder vanzelfsprekend.

2.4 Hoe vertaalt dit zich in OTC-kerncompetenties?

De competentiestructuur in het OTC-curriculum wordt volledig gebaseerd op de hierboven benoemde vier componenten (Figuur 1), aangevuld met twee ondersteunende kerncompetenties: **praktijkgericht onderzoek** en **Engels/Nederlands**. Deze twee ondersteunende competenties kunnen nooit los gezien worden van de vier componenten die hierboven beschreven worden. Onderzoek heeft als expliciet doel om input te leveren en een evidence-based strategisch advies te geven. Professioneel taalgebruik in Engels en Nederlands is essentieel voor een communicatieprofessional, maar opnieuw ondersteunend in zijn functie, niet als einddoel op zich (zie beschrijving van de beroepscontext in Hoofdstuk 3).

Dit geheel vertaalt zich in een overkoepelende structuur van **zes OTC-kerncompetenties**, onderverdeeld in drie niveaus. De competenties worden in detail uitgewerkt in Hoofdstuk 4.

Tabel 1. OTC-kerncompetenties

	Niveau 1	Niveau 2	Niveau 3
1. <i>Oriëntaalse taal</i>			
2. <i>Operationele communicatie</i>			
3. <i>Cultuur & Maatschappij</i>	<i>Basiskennis, -inzicht en toepassing in afgebakende, authentieke taken.</i>	<i>Toepassing in een gestandaardiseerde (praktijk)-omgeving</i>	<i>Zelfstandige toepassing in een complexe praktijkomgeving</i>
4. <i>Strategische communicatie</i>			
5. <i>Engels & Nederlands</i>			
6. <i>Onderzoek & advies</i>			

Hoofdstuk 3: Beroepscontext

De meerwaarde van een OTC'er op de arbeidsmarkt van morgen

In dit onderdeel beschrijven we de beroepscontext waarin afgestudeerde OTC-studenten verwacht worden te opereren. We beschrijven de belangrijkste meerwaarde van een OTC'er voor de arbeidsmarkt, op basis van de kennis en vaardigheden die hij heeft opgebouwd tijdens zijn studies. Dit is een generieke beschrijving, aangezien de beroepscontext van OTC per definitie divers en internationaal is en we niet gebonden is aan een bepaalde sector of beroep. Een afgestudeerde OTC'er is breed inzetbaar en heeft daarom basiskennis van algemene bedrijfs- en organisatieprincipes. Hij kent de structuur van een organisatie en de algemene financiële realiteit waarin organisaties opereren. Hij leert die organisatorische principes kennen vanuit zijn eigen rol als communicatiedeskundige en gebruikt ze om zijn eigen functie goed in te vullen, maar hij is geen financieel of economisch expert.

In onze beschrijving van noodzakelijke kennis en vaardigheden van de beroepscontext houden we rekening met enkele belangrijke ontwikkelingen in het communicatiedomein (Verkenningcommissie Hoger Economisch Onderwijs, 2014) toegepast en gekaderd voor de specifieke OTC-context.

Klassieke communicatiefuncties bestaan niet meer, ook communicatie- en adviesbureaus moeten zich heroriënteren op nieuwe functies en specialisaties. Denk hierbij aan alle mogelijkheden die te maken hebben met online adverteren, waarin vooral spelers als Google en Facebook een rechtstreekse impact hebben op de manier waarop bedrijven extern communiceren. Ook op vlak van interne communicatie doen zich enorme verschuivingen voor, zeker in de internationaal georiënteerde bedrijven en organisaties waarin onze studenten vaak terechtkomen.

Als communicatiemedewerker zijn inzicht in nieuwe de mogelijkheden van fenomenen als 'big data marketing' en 'search engine optimization' (SEO) onontbeerlijk. Hierin worden OTC-studenten dan ook getraind tijdens gerichte workshops, met de belangrijke nuance dat ook zulke fenomenen onderhevig zijn aan snelle veranderingen en studenten vooral de nieuwsgierigheid en onderzoekende houding moeten ontwikkelen om bij te benen met nieuwe communicatietrends en zich voor te bereiden op nieuwe functies waarvan we nu het bestaan nog niet kennen. In communicatie en marketing is het aantal nieuwe mogelijkheden dankzij de opkomst van social media de afgelopen decennia exponentieel gegroeid. Als communicatiemedewerker die zal afstuderen na 2020 is het daarom in de eerste plaats belangrijk om te kunnen opereren in die flexibele en permanent veranderende omgeving. Die doelstelling past ook in onze visie op onderzoekend vermogen en ondernemerschap.

Daarbij komt nog dat we binnen de opleiding OTC de nieuwe trends en ontwikkelingen op dit vlak in onze doelregio's op de voet volgen om ook daar actief op in te spelen. Afgestudeerde OTC-studenten moeten namelijk ook begrijpen wat de kansen en beperkingen zijn van de nieuwe en veranderende digitale communicatie- en marketingmiddelen in een Chinese, Japanse of Arabische context. In een omgeving waarin bijvoorbeeld niet de Amerikaanse spelers als Google en Facebook de communicatie- en marketingmarkt bepalen, maar wel Weibo en WeChat de toon zetten, is het enorm belangrijk om als communicatiemedewerker en -adviseur je weg te kunnen vinden.

Samengevat betekent dit dat OTC-studenten net als andere communicatiestudenten de flexibiliteit moeten ontwikkelen om interne en externe communicatietrends op te pikken en er in hun strategie en uitvoering rekening mee te houden, maar daar bovenop ook de kennis en vaardigheden ontwikkelen om ook internationale en interculturele verschillen in rekening te brengen. Door hun grondige kennis van de Chinese, Japanse of Arabische taal kunnen zij die nieuwe trends ook veel sneller en nauwkeuriger oppikken en opvolgen, omdat ze hiervoor primaire bronnen kunnen raadplegen en niet afhankelijk zijn van westerse interpretaties of adviezen. Op het snijvlak van regionale en culturele kennis en de nieuwe ontwikkelingen in het communicatiedomein kunnen OTC-studenten op die manier de grootste meerwaarde bieden voor een moderne en vernieuwende internationale organisatie.

In wat volgt bespreken we de koppeling van ons programma aan de beroepscontext per centraal onderdeel.

3.1 Communicatie

Een afgestudeerde OTC'er houdt zich bezig met operationele en strategische communicatie tussen bedrijven en organisaties uit Nederland (West-Europa) en het oriëntaalse land of cultuurgebied dat hij bestudeert. Hij bezit hiervoor kennis en vaardigheden die noodzakelijk zijn voor internationale zakelijke contacten tussen bedrijven en instellingen met betrekking tot interne en externe communicatie. Op **strategisch niveau** betekent dit dat een afgestudeerde OTC'er onder andere in staat is om strategisch communicatieadvies te geven dat rekening houdt met de specifieke oriëntaalse context waarin het bedrijf opereert. Hij kan gericht advies geven over de communicatiemiddelen en de bijhorende –producten die nodig zijn om specifieke doelgroepen te bereiken. Dat doet hij op basis van een grondige analyse van die doelgroepen en hun behoeften. Op **operationeel niveau** kan de afgestudeerde OTC'er dit advies vervolgens uitvoeren in concrete communicatieproducten. Dat betekent dat hij de kennis en vaardigheden bezit om in verschillende talen communicatieproducten (Nederlands en Engels B2/C1-niveau, de oriëntaalse taal op een hoog niveau – volgens afgebakende niveaubeschrijvingen) op te leveren die aangepast zijn aan een diverse reeks doelgroepen, zowel online als offline, zowel intern als extern.

3.2 Interculturele competenties

In de arbeidsmarkt van morgen zal steeds meer behoefte zijn aan hoogopgeleide mensen die de juiste vaardigheden hebben ontwikkeld om in diverse en interculturele professionele contexten samen te werken. Leren omgaan met en proactief inspelen op cultuurverschillen in internationale professionele situaties is een van de belangrijkste kerncompetenties voor toekomstige professionals (Marcotte, Desroches & Poupart, 2007) en is een centrale doelstelling in de veelgeciteerde reeks van *21st century skills* (Trilling & Fadel, 2009). Er zal steeds meer vraag en behoefte zijn aan professionals met een *global mindset*, die situationeel goed kunnen oordelen en handelen in een internationale omgeving. De interculturele competenties die OTC'ers zich eigen maken zijn in de eerste plaats gericht op de oriëntaalse context die ze bestuderen, maar moeten ook *transferable* zijn naar andere internationale contexten. Dit sluit ook aan bij de internationaliseringsvisie van de faculteit International Business and Communication van Zuyd Hogeschool: “*Educating Global Minds*”.

Een OTC'er ontwikkelt tijdens zijn studie een aanpassingsvermogen aan nieuwe situaties en heeft de capaciteiten om in een internationale omgeving te opereren. Aan het einde van zijn studie heeft

de student zijn (intercultureel) aanpassingsvermogen in grote mate ontwikkeld en kan zich goed verplaatsen in de positie van een ander. De ervaring van de buitenlandstudie in het derde studiejaar draagt bij aan deze interculturele ontwikkeling. De afgestudeerde student is als communicatieprofessional een kundige en betrouwbare partner, die dankzij zijn kennis van de taal en de cultuur kan omgaan met collega's en partners van diverse culturele achtergronden, met diverse culturele normen en waarden.

3.3 Relaties met China, Japan en de Arabische wereld, internationaal en in de regio

De opleiding focust op drie regio's: China, Japan en de Arabische wereld. Deze regio's zijn door hun grote economische betekenis belangrijke handelspartners van Nederland en dat zal naar alle verwachting ook in de toekomst zo blijven (Rijksvoorlichtingsdienst Overheid, 2017a, 2017b). Dat betekent dat onze afgestudeerden als communicatieprofessionals met kennis van de oriëntaalse taal en cultuur inzetbaar zijn in een breed spectrum van functies in het bedrijfsleven en organisaties die contacten onderhouden met een of meerdere oriëntaalse landen.

Daarnaast is het een expliciete ambitie van de opleiding om sterker ingebed te zijn in de eigen regio en een goed netwerk uit te bouwen met regionale bedrijven en met kenniscentra zoals Brightlands campussen. Dat houdt in dat er samenwerkingen worden opgebouwd met bedrijven die bijvoorbeeld stageplekken kunnen bieden aan onze studenten, real-life cases kunnen aanleveren, onderwijsevaluaties kunnen begeleiden of relevante gastlezingen kunnen verzorgen. In de zoektocht naar regionale samenwerkingen met bedrijven zal er met name aandacht zijn voor taken binnen het domein communicatie en bij voorkeur binnen zakelijke ontwikkelingen met China, Japan of de Arabische wereld. Een flink deel van onze afgestudeerden vindt werk in de regio en op deze manier krijgt de OTC'er een beter beeld van zijn carrièremogelijkheden als communicatieprofessional in regio Limburg (alumni-onderzoek OTC, 2016).

3.4 Taalbeheersing

Een afgestudeerde OTC'er onderscheidt zich verder van andere HBO'ers op de arbeidsmarkt doordat hij op hoog niveau de oriëntaalse taal beheerst. Hierdoor heeft hij een unieke meerwaarde als communicatiedeskundige in bedrijven en organisaties, omdat hij doelgroepen, kan bereiken die andere communicatieprofessionals niet kunnen bereiken, omdat hij zijn taalkennis kan inzetten om originele bronnen te consulteren en informatie te raadplegen die anders onderbelicht blijft en omdat hij als bruggenbouwer rechtstreeks in het Chinees, Japans of Arabisch contacten kan onderhouden met partners en collega's in bedrijven en organisaties over heel de wereld.

Naast Chinees, Arabisch of Japans beheerst een OTC'er het Engels en het Nederlands³ goed (op B2/C1-niveau), zowel schriftelijk als mondeling. We zijn er ons als opleiding van bewust dat in een internationale zakelijke context Engels de meest dominante taal blijft. Daarnaast blijft de beheersing en het professionele gebruik van het Nederlands een belangrijke vaardigheid. Uit onderzoek blijkt dat een groot deel van onze afgestudeerden bij Nederlandse bedrijven terechtkomen waar van hen verwacht wordt dat ze in foutloos in het Nederlands kunnen

³ Van buitenlandse uitwisselingsstudenten die aan (delen) van ons programma deelnemen verwachten we uiteraard geen toepassingen in het Nederlands. Voor Nederlandstalige toetsonderdelen worden waar mogelijk vervangende (deel)opdrachten voorzien, vooral gericht op interculturele communicatie.

communiceren, aangepast aan het product, de doelgroep en de context. Het merendeel van onze studenten heeft bovendien Nederlands als moedertaal, en een goede beheersing van de moedertaal is het begin van een goede beheersing van de vreemde taal.

We verwachten van afgestudeerde OTC'ers dan ook met name dat ze in hun taalgebruik snel en correct kunnen schakelen, zowel tussen talen als tussen taalregisters. Ze moeten hun taalkeuze en taalniveau kunnen aanpassen aan wat de professionele context op dat moment van hen vraagt. Ze moeten kunnen omgaan met die diversiteit en flexibel zijn in hun communicatie.

3.5 Een onderzoekende houding en evidence-based handelen

Een afgestudeerde OTC'er neemt goed afgewogen beslissingen en baseert zijn communicatieadvies op betrouwbare informatie die hij al dan niet zelf verzameld heeft. We hechten dan ook veel belang aan het stimuleren van een onderzoekende houding, die terug moet komen in alle aspecten van zijn professionele handelen. Op vlak van onderzoek is een OTC'er in staat om een praktijkprobleem of een managementuitdaging helder te definiëren, onderzoeksmethoden te selecteren waarmee hij dit probleem kan analyseren, betrouwbare bronnen te consulteren en bijkomende data te verzamelen. De OTC'er kan op basis van bestaande informatie en/of nieuw verzamelde data beleidsadvies geven waarmee de organisatie kan innoveren of verbeteren.

Over het algemeen verwachten we van een afgestudeerde OTC'er dat hij een onderzoekende houding ontwikkelt die terugkomt in al zijn handelen, en dat zijn professionele keuzes en beslissingen structureel evidence-based zijn.

3.6 Functies

De bovenstaande beschrijving maakt duidelijk dat OTC'ers inzetbaar zijn in een breed spectrum van communicatiefuncties bij internationaal georiënteerde bedrijven, overheden, instellingen en niet-gouvernementele organisaties (NGO's) die contacten onderhouden met een of meerdere oriëntaalse landen. Uiteraard is een OTC'er ook rechtstreeks inzetbaar als communicatiedeskundige in het oriëntaalse land zelf.

Wanneer we naar de concrete beroepen kijken die afgestudeerde OTC'ers kunnen uitoefenen, gaat het *onder andere* om functies als communicatieadviseur, communicatiemanager, PR-adviseur, PR-medewerker, woordvoerder, social media manager, marketingadviseur, marketingmanager, beleidsmedewerker of marktonderzoeker. De concrete inhoud van bovenstaande communicatiefuncties wordt ingevuld met kennis en expertise van de oriëntaalse taal en de cultuur, zoals beschreven in de positionering van de opleiding (H2).

Hoofdstuk 4: Kerncompetenties

De specifieke vaardigheden van afgestudeerde OTC'ers

In dit hoofdstuk beschrijven we in detail de zes kerncompetenties waarmee we in het nieuwe curriculum zullen werken. Voor elke competentie werken we met een korte beschrijving van de essentie (waar gaat het over?), een link met de professionele situatie en de professionele producten (waarom en wanneer heb je het nodig?) en een beschrijving van de drie niveaus (wat kunnen studenten?). Deze informatie is de *basisinformatie* voor elke competentie en wordt nog verder uitgewerkt in concrete leeruitkomsten per niveau in de verdere opbouw van het nieuwe curriculum dat in de periode 2017-2019 nog verder ontwikkeld wordt.

4.1 Oriëntaalse taal

Kerncompetentie 1: Oriëntaalse taal			
Essentie	Studenten moeten aan het einde van hun opleiding de Oriëntaalse taal op een zodanig niveau beheersen dat zij die taal zowel in sociale als in professionele gelegenheden flexibel, effectief en correct kunnen inzetten, zowel mondeling als schriftelijk.		
Professionele situatie en professionele producten	De student zal komen te werken in een internationale omgeving waarin hij mondeling en schriftelijk moet kunnen communiceren met westerse en Oriëntaalse partijen, en over en weer informatie beschikbaar moet kunnen maken, bijvoorbeeld in de vorm van producten als vertalingen, verslagen, correspondentie, presentaties en zakelijke gesprekken.		
Algemene niveaubeschrijving	Niveau 1	Niveau 2	Niveau 3
	De student communiceert op een eenvoudig niveau over alledaagse onderwerpen.	De student communiceert op gevorderd niveau over alledaagse onderwerpen en over inhouden van algemeen zakelijke aard.	De student communiceert over alledaagse onderwerpen en over inhouden van feitelijke zakelijke aard, op functionele en coöperatieve wijze, op een zodanig gevorderd niveau dat hij de belangen van de opdrachtgever bij de oriëntaalse partij behartigt, de doelstellingen van de opdrachtgever voor de oriëntaalse partij verwezenlijkt (en andersom) en de oriëntaalse taal kan inzetten bij praktijkgericht onderzoek.

Noot: Dit zijn algemene niveaubeschrijvingen voor de drie oriëntaalse talen (Chinees, Arabisch en Japans), die elk een verschillende internationale niveausystematiek volgen. De niveaubeschrijvingen van de drie talen zijn daarom apart uitgewerkt. Voor Chinees en Japans bestaan internationaal erkende referentiekaders gekoppeld aan toetsing (respectievelijk de HSK en de JLPT). Voor het Modern Standaard Arabisch bestaat (nog) geen internationaal erkend kader. Daarom heeft elke taalsectie zelf het niveau beschreven, maar waar mogelijk een verwijzing gemaakt naar een vergelijkbaar niveau van genoemde kaders.

4.2 Operationele communicatie

Kerncompetentie 2: Operationele communicatie			
Essentie	Studenten zijn in staat om (online en offline) communicatieproducten te produceren die aansluiten bij de strategische communicatie(-doelstellingen), passend binnen budget, planning, context en doelgroepen.		
Professionele situatie en professionele producten	In een communicatieplan wordt bepaald welk communicatie-instrument voor welke doeleinden worden ingezet. Studenten zijn in staat om de effectiviteit van diverse instrumenten te maximaliseren door een goede schriftelijke of mondelinge boodschap te formuleren, aangepast aan verschillende (internationale) doelgroepen. Voorbeelden van producten zijn bedrijfspresentaties, artikels, interne verslagen, berichten voor sociale media en communicatie naar klanten.		
Algemene niveaubeschrijving	Niveau 1	Niveau 2	Niveau 3
	De student kan voor afgebakende, eenvoudige praktijksituaties communicatieproducten produceren in het Nederlands en Engels die passen bij de vooraf beschreven context, strategie, doelstellingen en doelgroepen.	De student kan voor afgebakende maar complexe praktijksituaties communicatieproducten produceren in het Nederlands en Engels, waarbij ze zelf kenmerken van de context en doelgroepen in kaart brengen en hier actief rekening mee houden in de uitvoering.	De student kan voor niet-afgebakende en complexe praktijksituaties communicatieproducten produceren die aansluiten bij een door henzelf geformuleerde communicatiestrategie.

4.3 Cultuur & Maatschappij

Kerncompetentie 3: Cultuur & Maatschappij			
Essentie	Effectief intercultureel handelen is van essentieel belang voor het succesvol laten verlopen van zakelijke contacten met de doelregio. De student kan d.m.v. zijn landenkennis en interculturele sensitiviteit complexe beroepsgerelateerde problematiek m.b.t. de doelregio in kaart brengen en hierover de opdrachtgever van strategisch advies voorzien opdat diens doeleinden effectief worden behaald		
Professionele situatie en professionele producten	De afgestudeerde OTC-professional is een specialist op het gebied van interculturele communicatie en landenkennis die organisaties ondersteunt en adviseert in de interne en externe communicatie met doelgroepen uit de doelregio, bijvoorbeeld op het gebied van marketing, PR, HR, organisatie enz.		
Algemene niveaubeschrijving	Niveau 1	Niveau 2	Niveau 3
	De student wordt zich bewust van zijn bestaande interculturele ervaring en verwerft basiskennis over achtergronden die van invloed zijn op interculturele communicatie	Student breidt zijn theoretische landenkennis uit en krijgt daarmee begrip en inzicht in de manier waarop deze in een gestandaardiseerde interculturele situatie wordt toegepast binnen de directe omgeving van de student (Euregio).	De student kan zelfstandig zijn verworven landenkennis en interculturele sensitiviteit toepassen en zijn gedrag op die kennis afstemmen, om zo complexe beroepsgerelateerde problematiek in de doelregio in kaart te brengen en hierover effectief te communiceren en adviseren

4.4 Strategische communicatie

Kerncompetentie 4: Strategische communicatie			
Essentie	Studenten zijn in staat om strategieën en adviezen uit te werken of om hierover te adviseren op het vlak van geïntegreerde communicatie om zodoende bedrijfsdoelstellingen te behalen.		
Professionele situatie en professionele producten	Om bedrijfsdoelstellingen te behalen dienen studenten geïntegreerde communicatiestrategieën te kunnen bepalen of hierover te adviseren. Geïntegreerd wil zeggen dat strategieën voor interne, marketing en corporate communicatie op elkaar zijn afgestemd.		
Algemene niveaubeschrijving	Niveau 1	Niveau 2	Niveau 3
	De student is bekend met een aantal algemene communicatietheorieën en -modellen en heeft algemene kennis op het gebied van interne, marketing en corporate communication. De student kan een globale interne en externe analyse uitvoeren, doelgroepen onderscheiden en beschrijven, doelstellingen opstellen, een basisstrategie ontwikkelen en een eenvoudige planning en budget opstellen. De student houdt enigszins rekening met interculturele aspecten. De student kan zijn advies toelichten in een duidelijke schriftelijke of mondelinge presentatie.	De student kan binnen vooraf gedefinieerde kaders strategisch adviseren of strategische plannen ontwikkelen op het vlak van interne, marketing en corporate communication. De student presenteert zijn ideeën aan interne en externe opdrachtgevers. De student werkt binnen een planning en baseert zich hierbij op onderzoek en een aantal communicatietheorieën, -modellen en interculturele aspecten.	De student adviseert de organisatie op het gebied van strategische communicatie op de vlakken van interne, corporate en marketingcommunicatie en doet dat op basis van praktijkgericht onderzoek. De student ontwikkelt strategisch communicatieadvies. De student kan zijn ideeën met overtuiging zowel mondeling als schriftelijk presenteren of pitchen aan interne en externe opdrachtgevers. De student ontwikkelt een eigen planning voor het uit te zetten beleid, hierbij rekening houdend met diverse factoren. De student baseert zich niet alleen op gevonden data, maar ook op communicatietheorieën, -modellen en interculturele aspecten.

4.5 Engels & Nederlands

Kerncompetentie 5: Engels & Nederlands (B2/C1)			
Essentie	Studenten moeten aan het einde van hun opleiding het Nederlands en het Engels beheersen op een zodanig niveau dat ze beide talen zowel in sociale als professionele gelegenheden flexibel, effectief en correct in kunnen zetten, zowel mondeling als schriftelijk. De student dient ook makkelijk te kunnen wisselen tussen de beide talen.		
Professionele situatie en professionele producten	De student zal komen te werken in een internationale omgeving waarin hij zowel in het Nederlands als in het Engels met collega's moet kunnen samenwerken alsook producten moet kunnen aanleveren in beide talen zoals, bijvoorbeeld verslagen, rapporten en presentaties.		
Algemene niveaubeschrijving	Niveau 1	Niveau 2	Niveau 3
	De student kan zich mondeling en schriftelijk in correct Nederlands en Engels uitdrukken en is zich bewust van de verschillende contexten en registers waarin de taal kan worden ingezet.	De student kan zich op professionele wijze mondeling en schriftelijk in het Nederlands en Engels uitdrukken en weet hoe hij de talen dient toe te passen in de verschillende contexten.	De student past mondeling en schriftelijk het Engels en Nederlands op professionele wijze toe in verschillende contexten.

4.6 Onderzoek & advies

Kerncompetentie 6: Onderzoek & advies			
Essentie	Studenten kunnen aan het einde van hun opleiding de empirische onderzoekscyclus zelfstandig doorlopen. Dat betekent dat ze een managementprobleem in detail kunnen analyseren, dat ze op basis hiervan onderzoeksvragen kunnen formuleren, dat ze geschikte kwalitatieve en kwantitatieve onderzoeksmethoden kunnen selecteren om die vragen te beantwoorden en nieuwe inzichten te ontwikkelen, dat ze verzamelde kwalitatieve en kwantitatieve data kunnen analyseren en interpreteren, dat ze kunnen reflecteren over de uitkomsten, de limieten van het onderzoek en de mogelijkheden voor verder onderzoek, dat ze een bruikbaar en helder advies formuleren voor de opdrachtgever en dat ze al die stappen doorlopen op een betrouwbare en valide manier.		
Professionele situatie en professionele producten	De afgestudeerde OTC-professional kan evidence-based beleidsadvies geven om de organisatie te helpen om problemen op te lossen.		
Algemene niveaubeschrijving	Niveau 1	Niveau 2	Niveau 3
	De student kan (online) zoekstrategieën toepassen, betrouwbare en onbetrouwbare bronnen van elkaar onderscheiden en ze op een correcte manier in een tekst verwerken. De student kent de basisprincipes van onderzoeksethiek en past zijn handelen hieraan aan. De student kan de empirische cyclus en bijhorende basisonderzoekstechnieken beschrijven en weet hoe ze in de praktijk werken om bijkomende data te verzamelen. De student kan beschikbare kwantitatieve data analyseren op een beschrijvende manier.	De student kan afgebakende stappen van de empirische onderzoekscyclus doorlopen en kwalitatieve en kwantitatieve onderzoeksmethoden correct <i>toepassen</i> in een eenvoudige context. De student beheerst hiervoor essentiële kwantitatieve en kwalitatieve analysetechnieken om relaties en trends te onderzoeken en kan verschillende onderzoeksmethoden met elkaar vergelijken om de juiste techniek te selecteren om een praktijkvraag te beantwoorden in de vorm van een concreet advies.	De student kan alle stappen van de empirische onderzoekscyclus zelfstandig doorlopen in niet vooraf afgebakende, complexe professionele context

Hoofdstuk 5: HBO-kwaliteitsnormen

Relatie tussen OTC, de sector HEO en de HBO-Bachelor Dublindescriptoren

OTC is een unieke HBO-bacheloropleiding in Nederland. Er is geen landelijk opleidingsoverleg en geen landelijk vastgesteld beroeps- en opleidingsprofiel. Daarom is het belangrijk om de hierboven beschreven competenties en beroepscontext zelf te koppelen aan het de kwaliteitsnormen die vooropgesteld worden in de sector Hoger Economische Opleidingen (HEO) en aan de Dublindescriptoren op Bachelorniveau. In dit hoofdstuk maken we duidelijk hoe OTC zich verhoudt ten opzichte van het HEO-profiel en de Dublindescriptoren.

5.1 Relatie tussen OTC-profiel en de sector Hoger Economische Opleidingen (HEO)

De opleiding valt onder de sector Hoger Economische Opleidingen (HEO) en dus ook bij het bestaande profiel “*wendbare heo-professional*” door de Vereniging Hogescholen (2017). Om de relatie te verduidelijken tussen OTC en het “*profiel wendbare heo-professional*” geven we hieronder per onderdeel een overzicht van hoe dit aansluit bij ons opleidings- en beroepsprofiel en hoe wij deze onderdelen vertaald hebben in onze OTC-specifieke competenties.

A) Een gedegen theoretische basis:

Theoretisch richt het programma van OTC zich op de kerncompetenties die hierboven beschreven werden. De theoretische basis wordt met name gelegd in de programmaonderdelen die zich focussen op interculturele communicatie, algemene (strategische) communicatietheorieën en basisprincipes en -concepten van praktijkgericht onderzoek. Wat betreft de taal is het belangrijk dat studenten ook een gedegen theoretische kennis hebben van het gebruik van registers, grammatica en spelling om tot de juiste toepassing te kunnen komen.

B) Onderzoekend vermogen: zie beschrijving onderzoekende houding en evidence-based handelen hierboven.

Het onderzoekend vermogen van de OTC-studenten wordt gestimuleerd door het volledige curriculum heen. In elk blok wordt van studenten verwacht dat ze praktijkgerichte opdrachten opleveren, die telkens een onderzoekscomponent bevatten. Hun handelen in de professionele beroepspraktijk moet evidence-based zijn, en het onderzoekend vermogen is daarom ook essentieel om de praktijkopdrachten tot een goed einde te brengen. We doen dit door studenten op verschillende momenten in het curriculum (delen van) de empirische cyclus te laten doorlopen, zowel onder begeleiding als zelfstandig, zowel in eenvoudige als in complexe praktijksituaties. De onderzoeksleerlijn eindigt in een geïntegreerd eindwerk (de Analyse- en Adviesopdracht) waarin studenten zelfstandig de empirische cyclus volledig doorlopen met als einddoel om een bruikbaar (communicatie)advies te formuleren voor een stageverlener.

Vertaald in kerncompetentie 6

C) Vakmanschap

✓ **Ondernemende houding**

Net als het onderzoekend vermogen zijn ook 'entrepreneurial skills' een terugkerend en ondersteunend onderdeel in elk blok van het nieuwe curriculum. Ondernemerschap wordt nooit los gezien van praktijkvragen of -opdrachten, maar is een houding die we studenten willen laten ontwikkelen om organisaties te helpen tot nieuwe en innovatieve inzichten te komen. De houding wordt gestimuleerd door studenten zich in de eerste plaats bewust te maken van hun eigen capaciteiten en op basis van die capaciteiten inzicht te geven en hoe ze hiermee een meerwaarde kunnen bieden aan professionele organisaties. De ondernemende houding wordt daarom met name beoordeeld in de praktijkgerichte opdrachten in onze vaardighedenleerlijn en in het SLB-programma, nooit als een losstaand theoretisch concept.

Vertaald in het nieuwe SLB-programma (zie hieronder) en in de 'Skills Line'

✓ **Wendbaar**

We verwachten van een afgestudeerde OTC'er dat hij proactief kan inspelen op constante veranderingen in zijn professionele context. Hij kan situationeel oordelen, ook in complexere situaties waar weinig structuur of informatie voorhanden is. Hij ontwikkelt zijn eigen professionaliteit en zet zich in om zich te verdiepen in zijn beroep en professionele vaardigheden. Hij kan zichzelf concrete doelen stellen voor de korte termijn en ze verbinden met ambities voor de lange termijn. Hij kan zijn eigen bijdrage toetsen aan de doelstellingen van het bedrijf of de organisatie waarin hij werkt.

De OTC'er is omwille van zijn kennis en ervaring in internationale en interculturele contexten en zijn interculturele competentie bovendien in staat om zichzelf snel aan te passen aan een snel veranderende internationale omgeving. Hij ontwikkelt een onderzoekende houding en een probleemoplossend vermogen om nieuwe informatie te analyseren, situaties correct te beoordelen en met innovatieve oplossingen te komen.

OTC'ers kunnen op een flexibele manier samenwerken in een beroepsomgeving en meedenken over doelen en inrichting van de organisatie. Van afgestudeerde OTC'ers verwachten we dan ook dat ze multidisciplinair en interdisciplinair kunnen werken, klantgericht en collegiaal zijn en projecten kunnen coördineren. OTC'ers leveren verder met name een bijdrage aan de organisatie door hun inzetbaarheid als expert op vlak van interculturele communicatie en interculturele samenwerking (zie ook 21^{ste} century skills framework).

De OTC'er kan ten slotte zijn eigen communicatieproducten en -adviezen grondig evalueren en de kwaliteit en de effecten ervan structureel monitoren. Op basis van bestaande en eigen evaluaties stuurt hij zijn eigen handelen en zijn producten structureel bij.

Vertaald in het vernieuwde SLB-programma (zie hieronder) en in kerncompetenties 1, 2, 3, 4, 5 en 6

✓ **Brede en internationale oriëntatie**

Zie uitgebreide beschrijving interculturele vaardigheden hierboven.

Een afgestudeerde OTC'er ontwikkelt een brede blik op de buitenwereld door kennis en internationale en interculturele ervaring. Vanwege het toenemende belang van de internationale omgeving van de beroepspraktijk kan de afgestudeerde zich niet alleen handhaven in een internationale omgeving, maar kan hij ook anderen begeleiden in dit proces, als internationale en interculturele 'bruggenbouwer'.

Vertaald in kerncompetenties 1 en 3

✓ **Interdisciplinair werken**

De afgestudeerde OTC'er heeft het vermogen om samenwerking aan te gaan met professionals van buiten zijn of haar eigen expertise en daarbij de toegevoegde waarde ziet van interdisciplinair werken. De OTC'er is verder in staat om interdisciplinaire samenwerking te faciliteren door op te treden als bruggenbouwer tussen (internationale) professionals.

Vertaald in kerncompetenties 3 en 4

✓ **Je kunnen verplaatsen in klant/doelgroep/consument**

Zichzelf kunnen verplaatsen in een diverse groep klanten, doelgroepen en consumenten staat centraal in de meerderheid van de praktijkgerichte opdrachten en communicatietheorieën in het programma. Afgestudeerde OTC'ers zijn dan ook in staat om kwalitatieve en meertalige communicatieproducten te ontwikkelen en communicatiestrategieën uit te werken die rekening houden met specifieke doelgroepen, met name Chinese, Japanse en Arabische doelgroepen en consumenten die andere communicatieprofessionals moeilijker kunnen bereiken. De grootste meerwaarde van een OTC'er op de arbeidsmarkt is dan ook dat hij de kennis en vaardigheden heeft ontwikkeld om een diverse reeks internationale en interculturele doelgroepen met de juiste toon en de correcte strategie te bereiken.

Vertaald in kerncompetenties 2, 3, 4 en 6

✓ **Uitdrukkingsvaardigheid: zie uitgebreide beschrijving Engelse, Nederlandse en oriëntaalse taalbeheersing.**

Mondelinge en schriftelijke taalbeheersing in Nederlands, Engels (B2/C1) en in de oriëntaalse taal (Chinees, Japans of Arabisch volgens vastgestelde taalniveausystematiek) zijn een centraal onderdeel van het curriculum. Afgestudeerde OTC'ers kunnen zich in een professionele context op een hoog niveau mondeling en schriftelijk uitdrukken in onder andere zakelijke presentaties, creatieve pitches, zakelijke teksten, verslagen, rapporten en adviezen.

Vertaald in kerncompetenties 1 en 5

D) Beroepsethiek en maatschappelijke oriëntatie

De rol van de OTC'er in de bredere maatschappelijke context is een belangrijke component van het SLB-programma, maar komt ook terug in de maatschappelijke componenten van verschillende opleidingsonderdelen. Een belangrijke focus ligt op een maatschappelijke functie die OTC'ers kunnen spelen op vlak van interculturele communicatie en aangepast handelen in diverse contexten. We werken in de opleiding aan reflectie op eigen interculturele vaardigheden en handelen (oa. met reflectie-instrumenten), aan de ontwikkeling van een bewustzijn van culturele verschillen en gelijkenissen en aan het leren overbruggen van zulke verschillen met verantwoorde handelingen. Verder worden studenten met name in de hogere jaren voorbereid op een adviserende functie in een bedrijf, waarbij professionele en onderzoeksethiek belangrijke punten zijn.

5.2 Relatie tussen het OTC-profiel en de HBO-Bachelorniveau Dublin-descriptoren

Naast het vastgestelde HEO-profiel, zijn ook de HBO Dublin-descriptoren (bachelorniveau) op toepassing van OTC (NVAO, 2014). Hieronder vatten we kort samen hoe de inhoud van de opleiding gekoppeld wordt aan deze algemene descriptoren:

1. Kennis en Inzicht

De OTC'er heeft kennis en inzicht in de hierboven beschreven elementen van de gedegen theoretische basis in strategische en operationele communicatie, taal en praktijkgericht onderzoek. Deze kennis bouwt voor zover mogelijk verder op het niveau in het voortgezet onderwijs en vereist zelfstandige studie van verschillende thema's. Aan het einde van de opleiding verwachten we van OTC'ers dat ze zich zelfstandig kunnen specialiseren in een complex praktijkprobleem, waarvoor ze hun eerder verworven kennis en inzicht kunnen uitdiepen met bestaand, gespecialiseerd, betrouwbaar bronnenmateriaal.

2. Toepassen Kennis en Inzicht

Kennis en inzicht staan in het vernieuwde OTC-curriculum niet los van praktijkcases (zie beschrijving vernieuwde curriculum in Hoofdstuk 6). De OTC'er past de verworven kennis elk blok toe in concrete praktijkgerichte opdrachten, die eenvoudig en afgebakend beginnen in Blok 1.1 en eindigen met een complexe, realistische praktijksituatie tijdens de praktijkstage in Blok 4.3-4.4.

3. Oordeelsvorming

Zoals hierboven meermaals benoemd, verwachten we van een afgestudeerde OTC'er een onderzoekende houding en vooral een evidence-based handelen. Dankzij hun training in praktijkgerichte onderzoeksvaardigheden kunnen studenten vanuit verschillende benaderingen een praktijkprobleem analyseren. Studenten kunnen zich zowel op basis van eigen verzamelde data als op basis van bestaand wetenschappelijk materiaal een geïnformeerd oordeel vormen over een (communicatie)probleem. Ze passen hiervoor de basisprincipes toe van onderzoeksethiek met betrekking tot intellectuele eigendom,

privacy, dataverzameling, -analyse en -interpretatie.

4. Communicatie

Als communicatieopleiding met focus op strategische en operationele communicatie in verschillende talen en met een focus op verschillende contexten staat deze Dublin-descriptor centraal in alle aspecten van het OTC-curriculum.

5. Leervaardigheden

OTC'ers bezitten de leervaardigheden om door te stromen naar een vervolgstudie die een hoog niveau van autonomie vereist. Studenten kunnen zelfstandig informatie verzamelen en analyseren, ook op een hoger abstractieniveau. Studenten kunnen wetenschappelijke teksten lezen en verwerken en bezitten voldoende praktijkgerichte onderzoeksvaardigheden om autonoom tot nieuwe inzichten te komen.

Hoofdstuk 6: Toetsing

Toetsvisie, beoordelingssystematiek en eindniveau

De toetsing is zoveel mogelijk gebaseerd op de beroepscontext en de integratie van verschillende vaardigheden zoals ze hierboven in Hoofdstuk 2 werden beschreven. Praktijkopdrachten of toetsen gebaseerd op een realistische praktijkomgeving zijn dan ook de meest centrale toetsvormen in het nieuwe curriculum. Het toetsprogramma bestaat uit een reeks formatieve (tussentijdse momenten met als belangrijkste doelstelling gerichte feedback) en summatieve toetsmomenten van de verschillende competenties en vaardigheden die we hierboven hebben beschreven. Zowel bij formatieve als summatieve momenten is gerichte feedback een essentieel onderdeel om de student inzicht te geven in zijn leerproces en zijn competentieontwikkeling.

6.1 Centrale toetsvormen

De **oriëntaalse taal** wordt met name getoetst door formatieve en summatieve taaltoetsen, gericht op luisteren, spreken, lezen en schrijven. Over het algemeen gaat het om grotere toetseenheden waarbij studenten 7 tot 14 credits kunnen ontvangen bij het halen van een oriëntaalse taaltoets. Een mix van mondelinge en schriftelijke toetsvormen voor het taalonderwijs garandeert dat studenten in elke fase het vereiste niveau bereiken om door te groeien in hun taalverwerving.

De **theorie** (vooral gericht op communicatie, cultuur en interculturele communicatie) wordt in de eerste fase van de opleiding (jaar 1 en jaar 2) vooral getoetst in schriftelijke theorietoetsen, waar relevant met gesloten meerkeuzevragen. Die toetsen zijn nodig om een grondige theoretische basis op te bouwen waar studenten in de hogere jaren op terug kunnen vallen tijdens grotere praktijkcases of de praktijkstage.

De meest centrale toetsvorm zijn geïntegreerde **praktijkopdrachten** die per blok gebundeld worden in een 'skills portfolio'. Studenten werken elk blok aan verschillende praktijkopdrachten waarin hun praktijkgerichte vaardigheden en toepassing van hun kennis over communicatie, oriëntaalse taal en interculturele communicatie getoetst worden. Er komen verschillende vaardigheden samen in aan bod, en daarom worden de geïntegreerde opdrachten samen beoordeeld door verschillende examinatoren, die hiervoor samen beoordelingsformulieren ontwikkelen en deze in regelmatig overleg kalibreren. Het gewicht van de geïntegreerde praktijkopdrachten wordt groter naarmate de opleiding vordert en in toenemende mate wordt ook de oriëntaalse taal geïntegreerd getoetst in de praktijkopdrachten. Dat wordt met name duidelijk in de grootste praktijkcase die we in de opleiding organiseren in het eerste semester van Jaar 4. Tijdens dat semester wordt van studenten verwacht dat ze al hun kennis en vaardigheden bundelen in een grote, geïntegreerde groepsopdracht om samen tot een waardevol advies en een bijhorend communicatieproject komen.

De **eindbeoordeling** van de kerncompetenties van de opleiding (met uitzondering van competentie 1 - oriëntaalse taal en competentie 2 - operationele communicatie, getoetst op eindniveau in Blok 4.2) gebeurt tijdens de praktijkstage en het bijhorende individuele geïntegreerde eindwerk in jaar 4: de analyse- en adviesopdracht (A&A-opdracht). Dit is een individuele onderzoeksopdracht - vergelijkbaar met een bachelorscriptie - waarin studenten tonen dat ze zowel op gebied van strategische communicatie, praktijkgericht onderzoek, professionele verslaglegging in het Engels en het Nederlands, kennis van cultuur en interculturele communicatie

in staat zijn om individueel het gewenste eindniveau te bereiken. De analyse- en adviesopdracht is samen met de praktijkstage het centrale eindwerkstuk van de opleiding en wordt beoordeeld door twee onafhankelijke examinatoren. De opdracht wordt afgesloten met een eindpresentatie en bijhorende verdediging in de laatste week van de opleiding.

Dit is algemeen een beschrijving van onze toetsaanpak. De volledige en gedetailleerde aanpak met betrekking tot toetsing wordt in meer detail beschreven in het nieuwe toetsplan (2018-2022). De volledige beschrijving van de toetsing en borging van de kwaliteit van het eindniveau van de verschillende eindcompetenties wordt beschreven in het protocol afstuderen.

6.2 Aandachtspunten in toetsontwerp

Gezien de ontwikkeling van een nieuw curriculum zijn er op vlak van toetsing nog een aantal aandachtspunten waar we bij de ontwikkeling van nieuwe toetsen in de periode 2018-2022 bijzondere aandacht aan zullen besteden (van der Klink, 2017).

Een eerste aandachtspunt is een meer expliciete focus op **formatief toetsen** en regelmatige feedbackmomenten. Formatieve toetsen hebben niet als einddoel om beslissingen te nemen over een student, maar wel om de student (en docent) een idee te geven van de voortgang en het bereikte niveau. Op basis daarvan kan de student zijn leerproces bijsturen of de docent zijn cursus aanpassen. We zetten formatieve toetsmomenten gericht in om het individuele traject dat elke student doorgaat te monitoren, om zo de nodige voortgang te kunnen bewaken, evalueren en bijsturen. Het inzetten van formatieve momenten en de bijhorende feedback geeft een beter inzicht in het leerproces van de student.

Een tweede aandachtspunt is een sterke focus op **geïntegreerde toetsing** in praktijkgerichte opdrachten en realistische cases. Het is belangrijk dat de integratie van opleidingsonderdelen in toetsen geleidelijk wordt ingevoerd voor studenten. Een student moet zich immers leren aanpassen aan deze vorm van onderwijs en toetsing om optimale leerwinst te garanderen (Baeten, Dochy & Struyven, 2013). Om geïntegreerde toetsing succesvol te laten zijn, is een gedegen kennisbasis van belang en daarom is er bewust gekozen om geïntegreerde toetsing gradueel op te bouwen door de jaren heen, met als einddoel de geïntegreerde praktijkcase die over het hele eerste semester van Jaar 4 loopt vanaf 2020-2021 (zie hieronder).

Een derde aandachtspunt is een gerichte **bepijking van het aantal toetsmomenten**. Dat gaat uiteraard samen met het vorige punt. Een opleiding mag geen hordeloop van summatieve toetsmomenten zijn. Studenten krijgen dan de neiging om van de ene naar de andere toets te gaan zonder met een constructieve, duurzame manier met de lesstof om te gaan. In zo'n situatie leert hij niet omdat hij dat wil of interessant vindt, maar omdat hij credits moet behalen om naar een volgende fase door te stromen (bijvoorbeeld de hoofdfase, de buitenlandstudie enz.). Studenten leren op die manier enkel omwille van extrinsieke motivatie. Om dat te vermijden wordt bij het herontwerp van het curriculum ingezet op grotere onderwijseenheden met een lager aantal summatieve toetsen, om zo hopelijk de intrinsieke motivatie te versterken. Wanneer studenten begrijpen waarom een bepaalde summatieve (praktijk)toets zinvol is voor hun professionele ontwikkeling, wanneer ze inzien dat deze toets geen losstaand element is maar een onderdeel van een groeiende horizontale leerlijn en wanneer ze op basis van het resultaat van die toets ook input krijgen voor hun eigen leerproces, hopen we dat onze keuze voor minder, maar meer gerichte summatieve toetsen een positieve bijdrage kan leveren aan motivatie en studiesucces.

Hoofdstuk 7: Didactiek

Praktijkgerichte leeromgeving, onderzoek en learning in communities

De volledige didactische visie van OTC is beschreven in een **didactisch kader** voor docenten. Daarin worden alle principes en doelstellingen met betrekking tot didactiek en professionele ontwikkeling volledig toegelicht. In dit hoofdstuk vatten we dat didactisch kader kort samen en koppelen we dit aan de onderwijsvisie van Zuyd (2014). Daarin worden de volgende kernthema's benoemd:

1. Elke opleiding biedt een **praktijkgerichte leeromgeving**
 - Afgestudeerden zijn voorbereid op het werken in de beroepspraktijk
 - De leeromgeving motiveert studenten in het leren voor het beroep
 - *Indicatoren*: betrokkenheid van het werkveld bij vaststellen van het opleidingsprofiel, curriculum en onderwijseenheden, praktijk staat centraal in het curriculum en in de onderwijseenheden, ondernemerschap opnemen in het curriculum
2. **Verbinding onderzoek met onderwijs**
 - Afgestudeerden beschikken over onderzoekend vermogen
 - Kennis uit onderzoek is vertaald in het opleidingscurriculum
 - *Indicatoren*: de opleiding heeft een leerlijn onderzoeksvaardigheden over alle jaren in de opleiding, kenniskringleden en de lector hebben een centrale rol in de curriculumontwikkeling.
3. **Leren in communities**
 - Studenten voelen zich verbonden met de leergemeenschap van hun opleiding
 - De leergemeenschap introduceert studenten in de professionele cultuur van de beroepspraktijk.
 - *Indicatoren*: kleinschalig georganiseerde studentbegeleiding van poort tot poort, betrokkenheid studenten bij beleid, bestuur, ontwikkeling en uitvoering van onderwijs (incl. toetsing), contact en samenwerking tussen studenten over de leerlagen heen, intensiteit van contact met professionals uit de beroepspraktijk.

De bovenstaande uitgangspunten zijn geconcretiseerd in de volgende beschrijving van didactische uitgangspunten voor het onderwijs bij OTC.

7.1 Praktijkgerichte leeromgeving

Zoals hierboven al duidelijk werd in de beschrijving van de competenties en toetsing, staat de praktijktoepassing centraal in onze didactische aanpak, met actief leren als de belangrijkste methode. De studenten werken vanuit een professionele context en professionele beroepstaken die zoveel mogelijk aansluiten bij de realiteit in internationale organisaties. Input en actieve betrokkenheid van het werkveld is essentieel in het ontwerpen van deze beroepstaken is dan ook een belangrijk intern kwaliteitscriterium bij het ontwerp ervan.

De OTC-student leert naarmate de opleiding complexer wordt welke vaardigheden en kennis nodig

zijn om bepaalde beroepsspecifieke taken te kunnen uitoefenen en wordt hier gedurende de opleiding op voorbereid. Leren door het maken van beroepsproducten speelt in het nieuwe curriculum dan ook een grote rol. De beroepsopdrachten worden eenvoudiger en in een minder complexe setting aangebonden in de eerste jaren van de opleiding en worden steeds complexer, groter en uitdagender in de latere jaren.

Om de praktijkgerichte leeromgeving op alle punten in het curriculum zo zichtbaar mogelijk te maken, wordt in elk blok een specifieke praktijkcase gekoppeld aan het overkoepelende inhoudelijke (communicatie)thema van dat blok. Alle vaardigheden worden gericht getraind in praktijkgerichte workshops om die case tot een goed einde te brengen. De theorie is overkoepelend en biedt de ondersteunende achtergrondkennis die nodig is om de praktijktoepassing niet enkel op vlak van vaardigheden maar ook inhoudelijk solide te maken.

De praktijkgerichte workshops worden gebundeld in een '**skills line**' in het curriculum, die zich volledig richt op een reeks diverse praktijkgerichte opdrachten waarin studenten vooral zelf aan het werk worden gezet. Met een set van diverse didactische werkvormen verwerven de studenten vaardigheden die volledig gericht zijn op de uitvoering van realistische beroepstaken. In **de propedeuse** doen we dat met kleinere, geïntegreerde opdrachten die gericht zijn op basistaken die nodig zijn in een communicatiefunctie en zoveel mogelijk uit de praktijk komen. De praktijkgerichte opdrachten komen elk blok terug en vormen het einddoel van het vaardighedengedeelte in elk blok. De opdrachten zijn zowel gericht op strategische als operationele communicatietaken en nemen toe in moeilijkheidsgraad en complexiteit doorheen de blokken, een aanpak waarmee we studenten een logisch en uitdagend leertraject willen bieden.

Een belangrijk element in de didactische aanpak van deze vaardigheden is dat er wordt gewerkt met een combinatie van **doelgerichte workshops en 'lab sessions'**. Lab sessions zijn werksessies van drie uur waarbij we van studenten verwachten dat ze zelfstandig werken aan de opdrachten van de skills line. Hiervoor is een specifieke ruimte ingericht waar studenten kunnen werken en waarbij steeds een docent van ieder vakgebied aanwezig is.

De praktijk wordt ook regelmatig zichtbaar gemaakt voor studenten door bedrijfsbezoeken en gastlezingen door alumni of relevante experts uit het bedrijfsleven. Daarnaast gaan de studenten in het vierde jaar een semester op praktijkstage bij een bedrijf of organisatie met een expliciete link naar de oriëntaalse regio die ze bestuderen. In het tweede jaar van het nieuwe curriculum hebben we de doelstelling om studenten binnenkort de kans te bieden om een korte periode mee te lopen bij vierdejaarsstudenten tijdens een zogenoemde 'meeloopstage'.

7.2 Verbinding onderzoek met onderwijs

Praktijkgerichte onderzoeksvaardigheden zijn geen losstaand gegeven of een reeks aparte vakken in de nieuwe didactische aanpak voor OTC. Praktijkgericht onderzoek en onderzoekend vermogen komen terug in elk blok, als een permanente, doorlopende leerlijn die telkens aan de praktijk gekoppeld wordt in gerichte workshops (in de eerste jaren gericht op deelprocessen van de empirische cyclus, in Jaar 4 gericht op de gehele cyclus). Ook bij onderzoek geldt dus dat praktijkervaring essentieel is voor de ontwikkeling van de benodigde competenties. Daarom voeren studenten tijdens hun opleiding verschillende onderzoeksopdrachten uit, gekoppeld aan de praktijkopdrachten, zowel individueel als in groepsverband, telkens in een voor hen relevante beroepscontext. Die onderwijseenheden bieden een combinatie van leren onderzoeken en

onderzoekend leren.

De leerlijn praktijkgerichte onderzoeksvaardigheden mondt uit in een individuele onderzoeksopdracht in de praktijkomgeving. Studenten werken tijdens hun praktijkstage aan een analyse- en adviesopdracht, waarin ze een concrete vraag uit het bedrijf vertalen in een reeks onderzoeksvragen die ze zelfstandig beantwoorden op basis van bestaande literatuur en bijkomende kwantitatieve en/of kwalitatieve dataverzameling en -analyse.

De inhoud van het curriculum wordt mee gevoed en ontwikkeld met kennis uit recent onderzoek. Inhoudelijk sluit de opleiding sterk aan bij het kennisdomein van het lectoraat *International Relationship Management* van Zuyd, waarin onderzoek naar interculturele vaardigheden en operationele communicatie kernthema's vormen. Leden van het lectoraat nemen ook een centrale rol op in de ontwikkeling van het curriculum en zijn permanent beschikbaar als sparringpartner en voor inhoudelijke ondersteuning van docenten.

7.3 Leren in communities

De onderwijsleeromgeving binnen OTC heeft het karakter van een learning community, waarbinnen de **individuele ontwikkeling van de student** centraal staat. Studenten leren in de praktijksetting van en met elkaar, onder andere tijdens regelmatige groepsbijeenkomsten. Studenten kunnen ook op een heel laagdrempelige manier met docenten in contact komen, die zoveel mogelijk als coaches optreden in hun leerproces, zeker in de latere jaren. Dat faciliteren we onder andere tijdens 'lab sessions', waarin studenten elke vrijdag de mogelijkheid krijgen om aan hun praktijkopdrachten te werken in een gemeenschappelijke ruimte met medestudenten die hen kunnen helpen maar waarin ook docenten als ondersteunende experts aanwezig zijn. Deze aanpak creëert een laagdrempelige setting waarin studenten in contact kunnen komen met vakdocenten wanneer ze deze het meest nodig hebben om hun opdracht tot een goed einde te brengen. We werken ook gericht en regelmatig met groepswerk waarin studenten verschillende rollen moeten oppakken, met het oog op de veelal sociale, communicatieve rol die ze als toekomstig medewerker in een bedrijf zullen vervullen.

Daarnaast leren studenten ook van elkaar. Dat gebeurt bijvoorbeeld ook binnen een nieuw ontwikkelde SLB-leerlijn. Kleine groepen studenten krijgen intensieve begeleiding van een coach. In een veilige omgeving reflecteren studenten over hun eigen leerstrategieën en -successen, helpen ze elkaar, ontwikkelen ze een visie op zelfstandigheid en professionele attitude en leren ze samen te werken in teams. Studenten geven hierin ook zelf input voor wat een professionele houding voor hen betekent en hoe deze geëvalueerd kan worden.

Eigen verantwoordelijkheid nemen over het leerproces - in deze veilige omgeving - is een centrale doelstelling in het nieuwe curriculum, waarin studenten jaar na jaar meer eigenaarschap krijgen over de inhoud en aanpak van hun studie. Via afnemende begeleiding leert de student steeds zelfstandiger te werken en constructief samen te werken met studenten en docenten. In de loop van de studietijd, naarmate de complexiteit van de studie groter wordt, wordt een toenemende (maatschappij)kritische houding verwacht en een constructief kritische houding naar anderen en naar eigen gedrag/handelen.

Hoofdstuk 8: Curriculum

Het vernieuwde OTC-curriculum voor de periode 2018-2022

Op basis van de bovenstaande inhoud, visie op toetsing en didactiek hebben we een vernieuwd curriculum ontwikkeld dat uitgerold wordt in de komende academiejaren. Belangrijk om te vermelden is dat **2017-2018 al een overgangsjaar is** waarin de 'skills line' van het nieuwe curriculum in Jaar 1 al opgezet werd. Tijdens dit pilotjaar wordt deze nieuwe vaardighedenleerlijn met centrale praktijkcasussen per blok ontwikkeld, getest en bijgestuurd. **Vanaf 2018-2019** worden deze nieuw opgezette leerlijn en de praktijkcasussen expliciet gekoppeld aan de oriëntaalse taal en een nieuwe cursus 'Culture & Society', waarin alle onderdelen met betrekking tot kennis van de cultuur en interculturele communicatie ondergebracht werden. In de periode 2018-2019 wordt dus het volledig vernieuwde Jaar 1 voor het eerst georganiseerd. Het curriculum voor de Jaren 2, 3 en 4 wordt in de daaropvolgende jaren verder ontwikkeld en die ontwikkeling zal dus in studiejaar 2021-2022 volledig afgerond zijn. Hieronder wordt het definitieve curriculum weergegeven voor de volledige periode 2018-2022.

8.1 Studeerbaarheid en samenhang

In het herontwerp is er aandacht voor horizontale en verticale samenhang om zo de studeerbaarheid van het programma te versterken (van der Klink, 2017). De structuur van de opleiding faciliteert herhaling van bepaalde onderdelen, zowel voor de vreemde taal als voor de vaardigheden. Opleidingsonderdelen komen nooit één keer aan bod, maar zitten vervat in een leerlijn die in elk blok in een andere vorm aan de oppervlakte komt. Die **horizontale samenhang** moet voor studenten zo inzichtelijk mogelijk zijn, door elk blok te benoemen welke vaardigheden in welke leerlijn vallen en wat het einddoel hiervan zal zijn. Dit garandeert de nodige samenhang in het programma, die essentieel is om kennis en vaardigheden bij te houden en betekenisvol leren te organiseren.

Om ook de **verticale samenhang** van het programma voor studenten zo inzichtelijk mogelijk te maken, krijgt elk blok een centraal **hoofdthema**. Dit thema zet de inhoudelijke koers uit voor dat blok en zorgt voor verticale samenhang, omdat deze zowel in het eerste leerjaar als in de volgende leerjaren (toenemende complexiteit) worden herhaald. Er wordt in jaar 1 gewerkt met vier centrale thema's binnen het gebied van communicatie: introductie tot communicatie, interne communicatie, marketingcommunicatie en corporate communicatie. Drie van de vier thema's komen terug in jaar 2.

Voor de opzet van casusonderwijs, de horizontale en verticale samenhang, de toenemende complexiteit en groeiende zelfstandigheid van studenten binnen opdrachten inspireren we ons op de principes van het 4C/ID-model (Van Merriënboer & Kirschner, 2017).

8.2 Beknopt overzicht Jaar 1 – Jaar 4

In de figuren op de volgende pagina's wordt de nieuwe structuur van het curriculum visueel weergegeven, zoals dit ook met de studenten wordt besproken. In wat volgt geven we een beknopt overzicht van de belangrijkste doelstellingen voor elk studiejaar.

In **Jaar 1 (vanaf 2018-2019)** wordt de basis gelegd voor de oriëntaalse taal, de centrale ondersteunende theorie die nodig is binnen de verschillende domeinen van (operationele en strategische) communicatie en de toepassing met praktijkgerichte vaardigheden gericht op casussen, gebundeld in de skills line. Zoals duidelijk wordt in Figuur 2, heeft elk blok in het jaar een overkoepelend thema (introduction to communication, internal communication, marketing communication en corporate communication). Dit zijn de centrale inhoudelijke communicatiethema's die ook in de hogere jaren op een hoger niveau terugkomen. Per blok geven we met realistische praktijkcasussen een concrete invulling aan hoe de theorie en de vaardigheden in de praktijk nodig zijn om problemen op te lossen of communicatie-uitdagingen aan te gaan. De casus wordt vanuit verschillende invalshoeken belicht: vanuit een intercultureel perspectief in 'Culture & Society' (wat betekent het bijvoorbeeld om interne communicatie te organiseren in een Chinese, Japanse of Arabische context?), vanuit een theoretisch perspectief in de overkoepelende theorie cursus (bv. 'internal communication'), voor een deel vanuit een oriëntaalse taalperspectief in de lessen Chinees, Arabisch of Japans (op het niveau van basisbegrippen, -uitdrukkingen en basale taaltoepassingen in Jaar 1) en uiteraard vooral vanuit het perspectief van de professionele vaardigheden die nodig zijn om de casus te behandelen in de doorlopende skills line. In die skills line werken we niet met wekelijkse hoor- en werkcolleges, maar met gerichte workshops die studenten concreet voorbereiden op (delen van) de praktijktaak (vaak op basis van het principe van 'just in time information'). Denk hierbij aan workshops als data-analyse in Excel voor het interpreteren van een interne dataset, presentatievaardigheden om een idee toe te lichten in een bedrijf, schrijfvaardigheid om zakelijke rapporten te schrijven of creatieve communicatie-omgevingen in te richten, ondernemersvaardigheden om gezamenlijk tot nieuwe ideeën in een team te komen, enz. De workshops worden ondersteund door wekelijkse lab sessions waarin studenten zelfstandig aan hun opdrachten werken, met gerichte begeleiding van de aanwezige vakdocenten. Ook SLB is een doorlopende leerlijn en richt zich per blok op thema's die aanhaken bij de inhoud van dat blok: bv. professionele oriëntatie in Blok 1.1, of teamwork en feedback in Blok 1.2.

De beoordeling gebeurt per blok op een gelijkaardige manier, met een overkoepelende theorietoets, oriëntaalse taaltoetsen en een 'skills portfolio' waarin studenten de praktijkproducten inleveren (in de vorm van een rapport, een presentatie, een pitch, een social media-omgeving, een enquête, een interne memo enz.). Het gaat elke keer om dezelfde centrale vaardigheden, maar in een andere vorm en met een ander doel: onderzoeksvaardigheden, Nederlands, Engels, digitale vaardigheden en ondernemersvaardigheden. SLB en de professionele attitude van studenten worden beoordeeld op basis van permanente input van coaches (o.b.v. individuele voortgangsgesprekken en workshops), input van peers en betrokken vakdocenten (o.b.v. ervaringen uit teamwork en de lessen) en een individueel portfolio per student. Hierin zijn ook de geschreven reflectieverslagen opgenomen.

In **Jaar 2 (vanaf 2019-2020)** worden dezelfde ontwerpprincipes gebruikt, met toepassingen en inhoud op een hoger niveau. Om verticale samenhang te garanderen komen dezelfde thema's per blok ook terug, in een meer uitdagende en complexe praktijksetting, met meer zelfstandige input van studenten. Om studenten de kans te geven om specifieke vaardigheden en kennis verder te ontwikkelen, gericht op hun persoonlijke ambities in het licht van hun toekomstige praktijkstage en loopbaan, hebben we ervoor gekozen om in Blok 2.4 een reeks keuzevakken aan te bieden waarmee studenten zelf een pakket kunnen samenstellen van 2 grotere beroepsrelevante communicatiegerichte electives onder de noemer 'communication in context'. Het zijn geen verplichte onderdelen van het curriculum, maar geven studenten de kans om specifieke

vaardigheden te ontwikkelen die zij willen zien in hun professionele ontplooiing en waarmee ze hun meerwaarde op de arbeidsmarkt van morgen vormgeven. Relevante thema's voor de beroepscontext die hierin terug zullen komen zijn onder andere 'social work', 'marketing innovation', 'legal issues in the orient', 'international media and journalism', enz.

Jaar 3 (vanaf 2020-2021) staat in het kader van de internationale ontwikkeling van studenten, met een buitenlandstudie van een semester in blokken 3.1 en 3.2. Studenten studeren bij een van onze partnerinstellingen in China, Japan of de Arabische wereld. De buitenlandstudie is uiteraard met name gericht op taalontwikkeling en de ontwikkeling van interculturele competenties. Voor dat laatste zetten we ook interculturele reflectie-instrumenten in, gericht op individuele reflectie bij studenten. Blok 3.3 volgt hetzelfde stramien als de zeven reguliere blokken die studenten van 1.1 – 2.3 gevolgd hebben, en is gericht op een concrete en uitdagende praktijktoepassing in communicatie: het organiseren van een concreet evenement (om een bepaald bedrijf extern te profileren). Het derde jaar wordt afgesloten met een blok waarin studenten hun eigen interesses verder kunnen ontwikkelen tijdens de vrije minor in Blok 3.4. In tegenstelling tot de keuzevakken die hierboven werden benoemd gaat het hier om een vrije keuze, die uiteraard door de opleiding goedgekeurd moet worden en moet passen binnen de algemene doelstellingen van OTC.

In **Jaar 4 (vanaf 2021-2022)** behalen studenten in alle kerncompetenties hun hoogste niveau, en dat betekent dat ze die vaardigheden zullen inzetten in een complexe praktijksetting. In het eerste semester doen ze dat een laatste keer onder interne begeleiding tijdens een grote praktijkcase, in het tweede semester lopen ze stage in een bedrijf of organisatie en ronden ze hun studie af met een stagebeoordeling op verschillende kerncompetenties en een analyse-en adviesopdracht (zie Hoofdstuk 6: Toetsing voor een beschrijving van de toetsing in de eindfase). Tijdens de semestercase in 4.1 en 4.2 staat de voorbereiding op die complexe beroepsomgeving in de praktijkstage centraal. De studenten werken een semester lang rond één centrale case waarin ze vanuit verschillende invalshoeken hun opgebouwde expertise en vaardigheden gericht kunnen toepassen. De bedoeling is dat studenten in deze case - in nauwe samenwerking met hun medestudenten - de vaardigheden en expertise die ze nodig hebben ook efficiënt leren inzetten in een uitdagende en diverse realistische praktijksetting. Het wordt een laatste, grote georganiseerde 'oefening' vooraleer de studenten individueel aan hun eindstage kunnen beginnen. Deze case moet daarom uitdagend zijn en zich afspelen in een complexe omgeving. De case zal tot stand komen in samenwerking met partners uit het werkveld. De input van deze partners is zowel in de opzet van de case, maar ook in de begeleiding en de beoordeling van belang.

De setting waarin we onze studenten samen willen laten werken is in de vorm van een zelfstandig communicatiebureau waarin communicatieadvies, communicatiestrategieën, marketing-communicatietechnieken en eventmanagement centrale onderdelen vormen. We willen studenten de kans geven om voor een internationaal gerichte organisatie een volledige marketing- en communicatiestrategie op te zetten en uit te voeren, waarin ze actief gebruik moeten maken van hun taal- en communicatievaardigheden en deze aanscherpen waar nodig. Die strategie wordt ontwikkeld naar aanleiding van een concrete vernieuwing (een nieuw product, een internationaal evenement, zoeken naar nieuwe partners, nieuwe doelgroepen enz.) De communicatiecase in zijn geheel zal bestaan uit twee grotere onderdelen (verspreid over de twee blokken van het eerste semester): 1) het vooronderzoek en de analysefase en 2) de uitvoering van het communicatieproject in teams.

Tabel 2. Jaar 1 2018-2019

YEAR 1 - 2018-2019				
Overview	1.1 Introduction to communication	1.2 Internal communication	1.3 Marketing communication	1.4 Corporate communication
COURSES	Oriental language			
	Culture & Society			
	Introduction to communication	Internal communication	Marketing communication	Corporate communication
SKILLS LINE	Digital skills Research skills Entrepreneurial skills Oral skills (Dutch/English) Written skills (Dutch/English)			
ATTITUDE	Studieloopbaanbegeleiding (SLB)			

Tabel 3. Jaar 2 2019-2020

YEAR 2 - 2019-2020				
Overview	2.1 Corporate communication	2.2 Marketing communication	2.3 Internal communication	2.4 Communication in context
COURSES	Oriental language			
	Culture & Society			
	Corporate communication	Marketing communication	Internal communication	Elective courses
SKILLS LINE	Digital skills Research skills Entrepreneurial skills Oral skills (Dutch/English) Written skills (Dutch/English)			
ATTITUDE	Studieloopbaanbegeleiding (SLB)			

Tabel 4. Jaar 3 2020-2021

YEAR 3 - 2020-2021					
Overview	3.1 Study Abroad	3.2 Study Abroad	3.3 Communication	3.4 Minor	
COURSES	Study Abroad		Oriental language	Minor	
			Culture & Society		
	Event communication				
SKILLS LINE	Digital skills	Research skills	Entrep. skills		Oral skills (DU/EN)
ATTITUDE	Studieloopbaanbegeleiding (SLB)				

Tabel 5. Jaar 4 2021-2022

YEAR 4 - 2021-2022				
Overview	4.1 Research & Analysis	4.2 Planning & Organization	4.3 Internship	4.4 Internship
COURSES	Oriental language		Internship and A&A assignment	
SKILLS LINE	Integrated communication case			
ATTITUDE	Studieloopbaanbegeleiding (SLB)			

Referenties

- Baeten, M., Struyven, K., & Dochy, F. (2013). Student-centred teaching methods: Can they optimise students' approaches to learning in professional higher education? *Studies in Educational Evaluation*, 39(1), 14-22.
- Lectoraat International Relationship Management (2017). *Global Mind Monitor*. Opgehaald van <https://www.zuyd.nl/onderzoek/lectoraten/international-relationship-management/projects/global-mind-monitor>.
- Marcotte, C., Desroches, J., & Poupart, I. (2007). Preparing internationally minded business graduates: The role of international mobility programs. *International Journal of Intercultural Relations*, 31(6), 655-668.
- Neuliep, J.W. (2017). *Intercultural Communication: A contextual approach*. London: Sage Publications.
- NVAO (2014). *Dublin descriptoren*. Opgehaald van <https://www.nvaio.net/system/files/pdf/Dublin%20Descriptoren.pdf>.
- Rijksvoorlichtingsdienst Overheid (2017a). *Handels- en investeringscijfers Japan-Nederland*. Opgehaald van <https://www.rvo.nl/sites/default/files/2017/02/Dossier%20Japan%20-%20ofebruari%202017.pdf>
- Rijksvoorlichtingsdienst Overheid (2017b). *Handels- en investeringscijfers China-Nederland*. Opgehaald van <https://www.rvo.nl/sites/default/files/2017/05/Dossier-china-mei-2017.pdf>
- Trilling, B., & Fadel, C. (2009). *21st Century Skills: Learning for Life in Our Times*. San Francisco: Wiley & Sons.
- Van der Klink, M. (2017). *Sleutels voor studeerbaarheid*. Opgehaald van <https://www.zuyd.nl/~media/Files/Onderzoek/Kenniskring%20Professionalisering%20van%20het%20onderwijs/Sleutels%20voor%20studeerbaarheid.pdf>
- Van Merriënboer, J.G., & Kirschner, P.A. (2017). *Ten steps to Complex Learning: A Systematic Approach to Four-Component Instructional Design*.
- Vereniging Hogescholen (2017). *Heo: profiel*. Opgehaald van <http://www.vereniginghogescholen.nl/kennisbank/sectoren/artikelen/heo-profiel>
- Verkeningscommissie Hoger Economisch Onderwijs (2014). *Wendbaar in een duurzame economie. Een externe analyse van het economisch domein ten behoeve van de verkenning hoger economisch onderwijs (heo)*. Opgehaald van http://www.vereniginghogescholen.nl/system/knowledge_base/attachments/files/000/000/069/original/DEF_VERE-2278-Rapport_Wendbaar_in_een_duurzame_economie_online.pdf?1438681080
- Zuyd Hogeschool (2014). *Onderwijsvisie Zuyd*. Opgehaald van <https://www.zuyd.nl/~media/Files/OverZuyd/zuydOrganisatie/zuyd-brochure-onderwijsvisie.pdf>